

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»**

Н.А. Баранова

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»**

Учебно-методическое пособие

Рекомендовано методической комиссией института экономики и
предпринимательства для студентов ННГУ, обучающихся по
специальности среднего профессионального образования
43.02.10 «Туризм»

Нижний Новгород

2017

УДК 659.1

ББК 65.8-181

Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Рекламная деятельность». Автор: Н.А. Баранова: учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2017. - с. 23

Рецензент: Воробьева Ирина Васильевна - Старший специалист ООО «Корал Тревел Регионы».

В настоящем учебно-методическом пособии определены задания для самостоятельной работы и рекомендации по их выполнению. Учебно-методическое пособие предназначено для студентов, обучающихся по специальности 43.02.10 «Туризм»

Ответственный за выпуск:
председатель методической комиссии ИЭП ННГУ
к.э.н., доцент Летягина Е.Н.

УДК 659.1

ББК 65.8-181

© **Национальный исследовательский
Нижегородский государственный
Университет им. Н.И. Лобачевского, 2017**

Содержание

Введение	4
1. Пояснительная записка к методическим указаниям по выполнению самостоятельной работы	5
2. Тематика и содержание самостоятельной работы	7
3. Контроль самостоятельной работы	20
Источники литературы, подлежащие изучению	21

ВВЕДЕНИЕ

Самостоятельная работа студентов — планируемая учебная работа студентов, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа студентов - это вид учебно-познавательной деятельности, состоящей в индивидуальном, распределенном во времени выполнении студентами комплекса заданий при консультационно-координирующей помощи преподавателя, ориентированной на самоорганизацию деятельности обучающихся.

Основная цель самостоятельной работы студентов состоит в овладении знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по специальности.

Задачами организации самостоятельной работы студентов являются:

- развитие способности работать самостоятельно;
- формирование самостоятельности мышления и принятия решений.
- стимулирование самообразования
- развитие способности планировать и распределять свое время

Кроме того, самостоятельная работа направлена на развитие умения обрабатывать и анализировать информацию из разных источников.

Среди функций самостоятельной работы студентов в общей системе обучения выделяют следующие:

- стимулирование к творческим видам деятельности;
- формирование мотивации к самообразованию;

Виды самостоятельной работы студентов в настоящее время разнообразны, к ним относятся:

- работа с книжными источниками;
- работа с информационными базами;
- работа в сети Internet (поиск нужной информации, обработка противоречивой и взаимодополняющей информации; работа со специализированными сайтами)
- решение комплексных заданий; подготовка обзоров по теме занятия.

Самостоятельная работа студентов может быть индивидуальной (решение заданий, работа в библиотеке, в сети Internet и т.д.) или коллективной (коллективный проект).

Общим направлением развития самостоятельной работы является активизация студента, повышение уровня его мотивации и ответственности за качество освоения образовательной программы.

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К МЕТОДИЧЕСКИМ УКАЗАНИЯМ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Данные методические рекомендации направлены на реализацию самостоятельной работы по учебной дисциплине ОП.13 "Рекламная деятельность" для студентов по специальности СПО 43.02.10 "Туризм" (базовая подготовка).

Самостоятельная работа студента является одним из основных методов приобретения и углубления знаний, познания общественной практики.

Главной задачей самостоятельной работы является развитие общих и профессиональных компетенций, умений приобретать научные знания путем личных поисков, формирование активного интереса и вкуса к творческому самостоятельному подходу в учебной и практической работе.

Самостоятельная работа складывается из изучения учебной и специальной литературы, как основной, так и дополнительной, нормативного материала, конспектирования источников, подготовки устных и письменных сообщений, докладов, рефератов, выполнения практических ситуационных заданий.

Методические рекомендации по выполнению самостоятельной внеаудиторной работы разработаны в соответствии с программой ОП.13 "Рекламная деятельность" ОП.13 "Рекламная деятельность" входит в профессиональный цикл общепрофессиональных дисциплин программы подготовки специалистов среднего звена. При реализации программы у студентов формируются компетенции:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.2.	Информировать потребителя о туристских продуктах.
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

В результате изучения дисциплины ОП.13 "Рекламная деятельность" студент должен

Уметь:

У1 (ПК 1.2.) разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;

У2 (ПК 1.2.) выделять целевой сегмент клиентской базы;

У1 (ПК 4.2) обосновать выбор рекламных средств;

У2 (ПК 4.2) выбирать каналы распространения рекламы;

Знать:

31 (ПК 1.2.) способы виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;

32 (ПК 1.2.) законодательство в области рекламной деятельности;

31 (ПК 4.2.) рынок рекламы и его участники;

32 (ПК 4.2.) виды каналов распространения рекламы, их достоинства и недостатки.

Самостоятельная работа студента должна начинаться с изучения, осмысления изложенной темы в учебной, справочной литературе.

Методические рекомендации имеют определенную структуру.

В первом разделе представлена тематика самостоятельных работ, прописаны задания для самостоятельной работы и формы их представления, время, отведенное на их выполнение.

Во втором разделе содержатся рекомендации по выполнению заданий, в частности, дан алгоритм выполнения задания, сформулированы критерии самооценки выполненной работы, виды контроля качества выполненной работы, рекомендуемые источники информации.

Предлагаемые рекомендации разработаны в помощь студенту, выполняющему внеаудиторную самостоятельную работу, которые помогут быть успешным в этой деятельности.

2. ТЕМАТИКА И СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа №1

Тема 1. Реклама в индустрии гостеприимства

Тема 1.1. Назначение учебной дисциплины «Рекламная деятельность»

Цель: раскрыть основные понятия темы; систематизировать знания

Задание: Проанализируйте определения понятия «реклама». Ответ представьте в виде таблицы

Автор	Определение

Форма представления задания: таблица

Контроль качества выполненной работы: просмотр таблицы, устный опрос.

Критерии оценки выполненной работы: соответствие выданному заданию; аккуратность и правильность написания таблицы; логичность; правильность использования терминологии.

Требования к выполнению:

Используя лекционный материал и дополнительные источники информации записать основные понятия рекламы. Выписать определения.

Рекомендуемые источники информации:

Основные

1. Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие. 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518080>

Дополнительные:

1. Синаторов С.В., Пикулик О.В., Боченина Н.В. Информационные технологии в туризме: Учебное пособие. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. - 336 с.: ил.; 60x90 1/16. - (ПРОФИЛЬ). Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=239422>

2. Чехов А.П. Реклама [Электронный ресурс] / А.П. Чехов. - М.: Инфра-М, 2015. - 2 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518474>

Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму - www.russiatourism.ru

2. Портал про гостиничный бизнес - <http://www.prohotel.ru>

3. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса - www.frontdesk.ru

4. Фундаментальная библиотека Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://www.lib.unn.ru/http://www.lib.unn.ru/>

5. Система электронного обучения Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://e-learning.unn.ru/>

Самостоятельная работа №2

Тема 1. 2. Рекламные агентства

Цель: систематизировать знания о рекламных агентствах.

Задание: Подготовить информацию для рекламного агентства с целью планирования и проведения рекламной кампании \.

Задание. Подготовить информацию для рекламного агентства с целью планирования и проведения рекламной кампании.

Исходные данные.

Гостиница «СЛАВИЯ», расположенная в историческом и деловом центре Нижнего Новгорода, предлагает услуги по размещению гостей города.

Гостиница «СЛАВИЯ» находится в самом центре Нижнего Новгорода, в двух шагах от Нижегородского Кремля. Фасад здания гостиницы выходит на одну из центральных улиц города, но, в то же время, гостиница «СЛАВИЯ» имеет уютную тихую атмосферу, так как номерной фонд расположен в глубине здания вдали от городского шума.

В непосредственной близости от гостиницы находятся Администрации Нижегородской области и города Нижнего Новгорода, Торгово-промышленная палата Нижегородской области, Центр международной торговли, ЦБ ГРКЦ по Нижегородской области, Волго-Вятский Банк Сбербанка России, центральные офисы большинства коммерческих банков, театры и музеи, филармония, развлекательные комплексы, выставочные и концертные залы, торговые центры.

Новая гостиница «СЛАВИЯ» располагает современными комфортабельными номерами. Доброжелательный и внимательный персонал гостиницы, делает все возможное для комфортного и приятного проживания, и поэтому Вы сделаете правильный выбор, остановившись в этой гостинице.

Удобное расположение гостиницы «СЛАВИЯ» позволяет быстро и без проблем добраться в любую точку города.

Номера

Гостиница «СЛАВИЯ» предлагает своим гостям одноместные и двухместные двухкомнатные номера повышенной комфортности с современным оригинальным дизайном.

Во всех номерах имеются телевизоры ЖК, холодильники, кондиционеры с управлением из номера, телефонная связь, интернет, встроенные шкафы, туалетные комнаты, имеющие душ, фен (горячая вода - автономно). В номерах «КОМФОРТ» удобная мягкая мебель, туалетный столик.

С целью получения информации, необходимой для организации эффективной рекламной кампании, рекламное агентство проводит опрос фирмы с помощью опросного листа.

Опросный лист

1. Официальные реквизиты:

- полное наименование и адрес фирмы, производящей товар;
- контактные средства связи.

2. Основные цели предстоящей рекламной кампании:

- коммерческая реклама для прямого увеличения продаж рекламируемой продукции;
- кампания паблик рилейшнз для поднятия престижа продукции и (или) фирмы-производителя;
- иная цель.

3. Полное наименование рекламируемой продукции.
4. Область применения продукции:
 - оптимальное применение продукции;
 - уникальное применение;
 - потенциальное применение.
5. Основные функциональные свойства рекламируемой продукции.
6. Основные технико-экономические свойства рекламируемой продукции:
 - физический принцип действия;
 - производительность, мощность, скорость и другие технические параметры;
 - масса, габариты, форма;
 - особенности эксплуатации;
 - энергоемкость, экономичность в эксплуатации, срок окупаемости;
 - надежность, срок службы;
 - экологические особенности технологии;
 - безопасность производства и эксплуатации.
7. Уникальные свойства рекламируемой продукции.
8. Аналоги рекламируемой продукции.
9. Преимущества рекламируемой продукции перед отечественными и (или) зарубежными аналогами.
10. Недостатки рекламируемой продукции в сравнении с отечественными и (или) зарубежными аналогами.
11. Экономический (или иной) положительный эффект, получаемый потребителем от эксплуатации рекламируемой продукции.
12. Стоимость продукции (оптовая, розничная), виды скидок и льгот.
13. Патентная защищенность рекламируемой продукции:
 - авторские свидетельства на изобретения;
 - патентование за рубежом;
 - свидетельства на промышленный образец;
 - защита элементов фирменного стиля.
14. Возможность открытого опубликования полученной информации в рекламных обращениях.
15. Иллюстрационные материалы по рекламируемой продукции.
16. Результаты маркетинговых исследований фирмы-производителя.
17. Перечень "престижных" потребителей. Их отзывы о рекламируемой продукции.
18. Реальный и максимальный объемы продаж рекламируемой продукции.
19. Перечень потенциальных потребителей рекламируемой продукции.
20. Имеющиеся элементы фирменного стиля фирмы-производителя рекламируемой продукции.
21. Если элементы фирменного стиля отсутствуют, то нуждается ли фирма-заказчик в их разработке (в рамках подготовки рекламных кампаний).
22. Экспорт рекламируемой продукции.
 - реальный объем и направление;
 - потенциальный объем и направление.
23. Экспортное наименование рекламируемой продукции.
24. Участие фирмы-производителя в благотворительной деятельности.
25. Перечень уже имеющихся рекламных материалов и проведенных рекламных мероприятий.
26. Предполагаемый рекламный бюджет.

27. Желательная степень непосредственного участия фирмы-производителя рекламируемой продукции в предполагаемой рекламной деятельности.
28. Желательные сроки подготовки рекламного сообщения.

Порядок выполнения:

Подготовить информацию для рекламного агентства:

- 1) выбрать услугу(из предложенных выше);
- 2) выбрать из опросного листа те позиции, которые, по ее мнению, соответствуют выбранной задаче, и представить информацию агентству;
- 3) дать оценку работы агентства и степени полноты информации, которую ему представил рекламодаделец.

Форма представления задания: отчет.

Контроль качества выполненной работы: проверка отчета

Критерии оценки выполненной работы: соответствие заполненной заданию; аккуратность и правильность выполнения; логичность; правильность использования терминологии.

Требования к выполнению:

Используя лекционный материал и дополнительные источники информации подготовить информацию для рекламного агентства с целью планирования и проведения рекламной кампании.

Рекомендуемые источники информации:

Основные

1. Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие. 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518080>

Дополнительные:

1. Синаторов С.В., Пикулик О.В., Боченина Н.В. Информационные технологии в туризме: Учебное пособие. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. - 336 с.: ил.; 60x90 1/16. - (ПРОФИЛЬ). Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=239422>

2. Чехов А.П. Реклама [Электронный ресурс] / А.П. Чехов. - М.: Инфра-М, 2015. - 2 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518474>

Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму - www.russiatourism.ru
2. Портал про гостиничный бизнес - <http://www.prohotel.ru>
3. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса - www.frontdesk.ru
4. Фундаментальная библиотека Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://www.lib.unn.ru/http://www.lib.unn.ru/>
5. Система электронного обучения Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://e-learning.unn.ru/>

Самостоятельная работа №3

Тема 1.3 Регулирование рекламной деятельности

Цель: изучение закона "О рекламе" от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ

Задание: Ознакомиться с содержанием Закона РФ «О рекламе» \. Письменно подготовить ответ на вопросы

Форма представления задания: Отчет

Контроль качества выполненной работы: проверка анализа.

Критерии оценки выполненной работы: результат соответствует заданию. Аккуратность выполнения; логичность анализа полученного результата; правильность использования терминологии.

Требования к выполнению:

Изучив материалы Федерального Закона РФ «О рекламе» ответить на нижеследующие задания.

Задание 1. Ознакомиться с содержанием Закона РФ «О рекламе».

Задание 2. В чем, по Вашему мнению, основные причины изменения законодательных подходов в большинстве развитых стран с позиций "пусть покупатель будет бдителен" к позиции "пусть продавец будет бдителен".

Задание 3. Как Вы считаете, нужны ли в России общественные организации рекламистов и почему?

Задание 4. Внимательно ознакомьтесь с текстом Закона РФ "О рекламе" и ответьте на вопросы:

- 1) назовите основные разделы Закона РФ «О рекламе».
- 2) в какой степени он защищает интересы потребителей? приведите конкретные примеры из жизни;
- 3) оправдано ли, по Вашему мнению, ограничение на демонстрацию рекламы спиртных напитков и табачных изделий?
- 4) что бы Вы предложили в качестве дополнения к Закону? Аргументируйте свои предложения;
- 5) рассмотрите и обсудите понятия: рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребитель рекламы и т.д.
- 6) рассмотрите и обсудите сферу действия Закона;
- 7) рассмотрите и обсудите общие требования к рекламе;
- 8) рассмотрите и обсудите контроль над соблюдением законодательства о рекламе

Рекомендуемые источники информации:

Основные

1. Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие. 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518080>

Дополнительные:

1. Синаторов С.В., Пикулик О.В., Боченина Н.В. Информационные технологии в туризме: Учебное пособие. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. - 336 с.: ил.; 60x90 1/16. - (ПРОФИЛЬ). Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=239422>

2. Чехов А.П. Реклама [Электронный ресурс] / А.П. Чехов. - М.: Инфра-М, 2015. - 2 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518474>

Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму - www.russiatourism.ru
2. Портал про гостиничный бизнес - <http://www.prohotel.ru>
3. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса - www.frontdesk.ru
4. Фундаментальная библиотека Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://www.lib.unn.ru/http://www.lib.unn.ru/>
5. Система электронного обучения Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://e-learning.unn.ru/>

Самостоятельная работа №4

Тема 1.4 Международная реклама

Тема 1.4. Международные рекламные кампании. Проблемы и трудности международной рекламы. Национальные особенности регулирования рекламной деятельности. Перевод рекламных текстов. Адаптация рекламы к особенностям национального восприятия. Национальная культура и международные рекламные кампании.

Цель: изучить и систематизировать материал о международной рекламе

Задание: Написание сообщения по теме (на выбор студентов).

Форма представления задания: письменное сообщение.

Контроль качества выполненной работы: Выступление.

Требования к выполнению.

Выполнение сообщения должно способствовать углубленному усвоению материалов программы, повышению квалификации и приобретению навыков в области решения практических задач и ситуаций из области психологии делового общения. Его выполнение требует от студента не только теоретических знаний из области психологии делового общения, но и умения анализировать, сопоставлять, делать обобщения, выводы и предложения.

Обучающемуся предоставляется право выбора темы сообщения.

Тема сообщения	ФИ студента
1. Реклама в Европе.	
2. Реклама в США.	
3. Реклама в восточных странах.	

На качество сообщения существенное влияние оказывает умелое использование практического материала. В зависимости от темы при написании сообщения могут быть использованы разнообразные материалы: монографическая, учебная литература, нормативно-правовые акты различного уровня, статистические данные, данные словарей и энциклопедий.

Подготовка сообщения включает следующие этапы.

1. Выбор темы и изучение необходимой литературы.
2. Определение цели и задач исследования.
3. Составление плана работы.
4. Сбор и обработка фактического материала.
5. Написание текста и оформление сообщения.
6. Защита сообщения.

К сообщению предъявляются следующие требования:

- 1) четкость построения;
- 2) логическая последовательность изложения материала;
- 3) глубина исследования и полнота освещения вопросов;
- 4) убедительность аргументаций;
- 5) краткость и точность формулировок;
- 6) конкретность изложения результатов работы;
- 7) доказательность выводов и обоснованность рекомендаций;
- 8) грамотное оформление.

При оценке работы учитываются содержание работы, ее актуальность, степень самостоятельности, оригинальность выводов и предложений, качество используемого материала, а также уровень грамотности (общий и специальный).

Сообщение в печатном виде проверяется преподавателем, который определяет уровень теоретических знаний и практических навыков студента, соответствие работы предъявляемым к ней требованиям.

Критерии оценивания сообщения:

- соответствие содержания заявленной теме, отсутствие в тексте отступлений от темы – 2 балла;
- соответствие целям и задачам дисциплины – 1 балл;
- способность к анализу и обобщению информационного материала, степень полноты обзора состояния вопроса – 1 балл;
- качество публичного выступления – 1 балл.

Рекомендуемые источники информации:

Основные

1. Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие. 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518080>

Дополнительные:

1. Синаторов С.В., Пикулик О.В., Боченина Н.В. Информационные технологии в туризме: Учебное пособие. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. - 336 с.: ил.; 60x90 1/16. - (ПРОФИЛЬ). Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=239422>

2. Чехов А.П. Реклама [Электронный ресурс] / А.П. Чехов. - М.: Инфра-М, 2015. - 2 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518474>

Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму - www.russiatourism.ru
2. Портал про гостиничный бизнес - <http://www.prohotel.ru>
3. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса - www.frontdesk.ru
4. Фундаментальная библиотека Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://www.lib.unn.ru/http://www.lib.unn.ru/>
5. Система электронного обучения Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://e-learning.unn.ru/>

Самостоятельная работа №5

Тема 2.1. Позиционирование гостиничного предприятия

Тема 2.1. Разработка уникальной концепции позиционирования, которая помогает добиться лидерства на рынке: 5 level positioning (5LP).
Знание конкурентов и выгодное позиционирование себя

Цель: изучить и систематизировать материал о позиционировании гостиничного предприятия

Задание: Заполнить таблицу. Подготовить сообщение

Форма представления задания: таблица, выступление.

Контроль качества выполненной работы: выступление.

Требования к выполнению.

В таблице №1 приведены стратегии позиционирования товаров и примеры реклама к каждому из них.

Стратегии позиционирования товаров и примеры реклама к ним

Таблица № 1

Стратегии позиционирования	Примеры рекламы
----------------------------	-----------------

1. Ассоциация продукта с конкретной характеристикой.	«Master Card» принимается в большем количестве ресторанов, чем другие кредитные карты».
2. Ассоциация продукта с определенным потребительским преимуществом.	«Head & Shoulders» - лучший шампунь от перхоти».
3. Ассоциация продукта с методом использования или применения.	«Машины «Chevrolet» превосходят машины «Ford».
4. Ассоциация продукта с определенной группой потребителей.	«Часы «Timex» - принимают поражение, но продолжают тикать».
5. Идентификация продукта посредством сравнения с продуктом конкурента.	«Preference от L' Oreal. Стоит дороже, но я того стою».
6. Ассоциация продукта с другими товарами на рынке.	«7-Up» -это не «Cola». Он легче и лучше освежает».
7. Использование цены как показателя качества.	« С коробкой соды «Arm & Hammer» внутри холодильник всегда будет благоухать чистотой».

Сравните столбцы в таблице № 1 и подберите правильное сочетание стратегий позиционирования и рекламы друг к другу?

Предложите по одному собственному примеру рекламы к каждой из стратегий позиционирования?

Рекомендуемые источники информации:

Основные

1. Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие. 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518080>

Дополнительные:

1. Синаторов С.В., Пикулик О.В., Боченина Н.В. Информационные технологии в туризме: Учебное пособие. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. - 336 с.: ил.; 60x90 1/16. - (ПРОФИЛЬ). Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=239422>

2. Чехов А.П. Реклама [Электронный ресурс] / А.П. Чехов. - М.: Инфра-М, 2015. - 2 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518474>

Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму - www.russiatourism.ru

2. Портал про гостиничный бизнес - <http://www.prohotel.ru>

3. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса - www.frontdesk.ru

4. Фундаментальная библиотека Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://www.lib.unn.ru/http://www.lib.unn.ru/>

5. Система электронного обучения Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://e-learning.unn.ru/>

Критерии оценки:

1. Соответствие заданной теме.
2. Количество примененных терминов.
3. Корректность при формулировке заданий.
4. Отсутствие ошибок.
5. Эстетичность.

Самостоятельная работа №6

Тема 2.2. Имидж гостиничного предприятия как средство рекламы.

Тема 2.2. Формирование имиджа гостиничного предприятия. Фирменный стиль гостиничного предприятия. Товарный знак – центральный элемент фирменного стиля. Оформление гостиницы. Организация приема гостей.

Цель: систематизировать и презентовать материал по теме «Имидж гостиничного предприятия как средство рекламы»

Задание: Подготовьте и оформите электронную слайдовую презентацию

Форма представления задания: мультимедиапрезентация

Обучающемуся предоставляется право выбора темы сообщения.

Тема сообщения	ФИ студента
1. Торговая марка: ценность, индивидуальность, формирование имиджа.	
2. Фирменный стиль в рекламе.	

Контроль качества выполненной работы: просмотр мультимедиапрезентации

Критерии оценки выполненной работы:

Параметры оценивания	Критерии оценивания
Критерии оценивания, анализирующие содержание презентации	Содержание презентации должно отражать цель изучаемой проблемы
Критерии оценивания, анализирующие корректность текста презентации	- отсутствие орфографических ошибок; - использование научной терминологии; - информация должна быть точной, полной, полезной и актуальной.
Критерии оценивания, анализирующие дизайн презентации	- общий дизайн оформления презентации логично, отвечает требованиям эстетики, дизайн не противоречит содержанию презентации; - диаграммы и рисунки в презентации привлекательны, интересны и соответствуют содержанию; - текст легко читается, фон сочетается с графическими элементами.

Требования к выполнению:

На основе изученного материала по теме оформить презентацию работы

Создавая презентацию вам необходимо определить

- конкретное количество слайдов, назначение каждого из них;

- основные объекты, которые будут размещены на слайдах.

Также необходимо соблюдать требования к оформлению мультимедийных презентаций, слайдов:

1. Стиль

- соблюдайте единый стиль оформления

- избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой информации

- вспомогательная информация не должна преобладать над основной

2. Фон

Для фона выбирайте холодные тона (синий, зеленый).

3. Цвет

На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.

Для фона и текста используйте контрастные цвета.

4. Анимационные эффекты

Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Представление информации

1. Содержание информации
 - используйте короткие предложения и слова
 - заголовки должны привлекать внимание аудитории
 2. Расположение информации на странице
 - предпочтительно горизонтальное расположение информации
 - наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
 3. Шрифты
 - для заголовка – не менее 24
 - для информации – 16-18
 - нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации
 - для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.
 4. Объем информации
 - не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации
 - наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.
 5. Виды слайдов
- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов: с текстом, с таблицами, с диаграммами.

Рекомендуемые источники информации:

Основные

1. Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие. 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518080>

Дополнительные:

1. Синаторов С.В., Пикулик О.В., Боченина Н.В. Информационные технологии в туризме: Учебное пособие. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. - 336 с.: ил.; 60x90 1/16. - (ПРОФИЛЬ). Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=239422>
2. Чехов А.П. Реклама [Электронный ресурс] / А.П. Чехов. - М.: Инфра-М, 2015. - 2 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518474>

Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму - www.russiaturism.ru
2. Портал про гостиничный бизнес - <http://www.prohotel.ru>
3. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса - www.frontdesk.ru
4. Фундаментальная библиотека Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://www.lib.unn.ru/http://www.lib.unn.ru/>
5. Система электронного обучения Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://e-learning.unn.ru/>

Самостоятельная работа №7

Тема 2.3. Планирование и подготовка рекламного сообщения

Тема 2.4. Содержание рекламного сообщения. Компоненты успешной рекламы: резонанс и значимость. Мотивы и стили рекламы. Юмористический мотив, мотив страха, мотив сексуальной привлекательности. Рекламные приемы. Элементы рекламы. Составление рекламных текстов.

Цель: Изучив материалы лекции и теоретический базис работы, научиться составлять текст рекламного обращения и его местонахождение в средствах массовой информации.

Материалы для выполнения работы: Средства массовой информации (газеты, журналы, буклеты и т.д.).

Задание: Составьте свой пример композиции рекламного обращения. Приведите примеры различных типов слоганов.

Форма представления задания: письменное задание

Контроль качества выполненной работы: Задание

Требования к выполнению.

Изучив материалы лекции и рекламный материал гостиничных предприятий в Сети Интернет подготовьте свою композицию рекламного сообщения для любого гостиничного предприятия.

Рекомендуемые источники информации:

Основные

1. Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие. 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518080>

Дополнительные:

1. Синаторов С.В., Пикулик О.В., Боченина Н.В. Информационные технологии в туризме: Учебное пособие. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. - 336 с.: ил.; 60x90 1/16. - (ПРОФИЛЬ). Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=239422>

2. Чехов А.П. Реклама [Электронный ресурс] / А.П. Чехов. - М.: Инфра-М, 2015. - 2 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518474>

Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму - www.russiatourism.ru

2. Портал про гостиничный бизнес - <http://www.prohotel.ru>

3. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса - www.frontdesk.ru

4. Фундаментальная библиотека Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://www.lib.unn.ru/http://www.lib.unn.ru/>

5. Система электронного обучения Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://e-learning.unn.ru/>

Самостоятельная работа №8

Тема 2.4. Рекламная кампания

Тема 2.4. Планирование рекламной деятельности гостиничного предприятия. Основные подходы в разработке концепций рекламных кампаний в индустрии гостеприимства. Планирование рекламных мероприятий во времени и выбор рекламной тактики.

Задание: Подготовьте и оформите электронную слайдовую презентацию

Форма представления задания: мультимедиапрезентация

Контроль качества выполненной работы: Выступление.

Требования к выполнению.

Выполнение сообщения должно способствовать углубленному усвоению материалов программы, повышению квалификации и приобретению навыков в области решения практических задач и ситуаций из области психологии делового общения. Его выполнение требует от студента не только теоретических знаний из

области психологии делового общения, но и умения анализировать, сопоставлять, делать обобщения, выводы и предложения.

Обучающемуся предоставляется право выбора темы сообщения.

Тема сообщения	ФИ студента
1. Наружная реклама.	
2. Реклама в гостиничном предприятии	
3. Реклама indoor.	
4. Реклама как средство распространения информации в торговле, сфере услуг и т.д.	

На качество сообщения существенное влияние оказывает умелое использование практического материала. В зависимости от темы при написании сообщения могут быть использованы разнообразные материалы: монографическая, учебная литература, нормативно-правовые акты различного уровня, статистические данные, данные словарей и энциклопедий.

Подготовка сообщения включает следующие этапы.

1. Выбор темы и изучение необходимой литературы.
2. Определение цели и задач исследования.
3. Составление плана работы.
4. Сбор и обработка фактического материала.
5. Написание текста и оформление сообщения.
6. Защита сообщения.

К сообщению предъявляются следующие требования:

- 1) четкость построения;
- 2) логическая последовательность изложения материала;
- 3) глубина исследования и полнота освещения вопросов;
- 4) убедительность аргументаций;
- 5) краткость и точность формулировок;
- 6) конкретность изложения результатов работы;
- 7) доказательность выводов и обоснованность рекомендаций;
- 8) грамотное оформление.

При оценке работы учитываются содержание работы, ее актуальность, степень самостоятельности, оригинальность выводов и предложений, качество используемого материала, а также уровень грамотности (общий и специальный).

Сообщение в печатном виде проверяется преподавателем, который определяет уровень теоретических знаний и практических навыков студента, соответствие работы предъявляемым к ней требованиям.

Критерии оценивания сообщения:

- соответствие содержания заявленной теме, отсутствие в тексте отступлений от темы – 2 балла;
- соответствие целям и задачам дисциплины – 1 балл;
- способность к анализу и обобщению информационного материала, степень полноты обзора состояния вопроса – 1 балл;
- качество публичного выступления – 1 балл.

Рекомендуемые источники информации:

Основные

1. Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие. 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.: 60x90 1/16. -

(Профессиональное образование) Режим доступа:
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518080>

Дополнительные:

1. Синаторов С.В., Пикулик О.В., Боченина Н.В. Информационные технологии в туризме: Учебное пособие. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. - 336 с.: ил.; 60x90 1/16. - (ПРОФИЛЬ). Режим доступа:
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=239422>

2. Чехов А.П. Реклама [Электронный ресурс] / А.П. Чехов. - М.: Инфра-М, 2015. - 2 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518474>

Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму - www.russiatourism.ru
2. Портал про гостиничный бизнес - <http://www.prohotel.ru>
3. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса - www.frontdesk.ru
4. Фундаментальная библиотека Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://www.lib.unn.ru/http://www.lib.unn.ru/>
5. Система электронного обучения Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://e-learning.unn.ru/>

Самостоятельная работа №9

Тема 2.5. Медиапланирование

Тема 2.5. Составление плана использования средств рекламы (медиаплана): выбор конкретного средства рекламы, конкретного рекламоносителя, варианта размещения рекламы, разработка календарного плана подачи рекламы.

Задание: Рассчитайте стоимость рекламной кампании для гостиничного предприятия

Форма представления задания: таблица

Контроль качества выполненной работы: Таблица

Требования к выполнению.

Рассчитайте стоимость рекламной кампании для гостиничного предприятия
Объект

рекламы _____

—

Вид рекламной кампании

Вам предлагаются для размещения рекламы следующие площадки
<http://www.e1.ru> ; <http://66.ru> ; <https://mail.ru> ; <http://www.uralweb.ru> ; <http://www.u-mama.ru> и социальные сети <http://vk.com> , <https://www.facebook.com> .

Каким образом работаем?

- 1) Заходим на площадку.
- 2) Находим вкладку «Реклама» или «Разместить рекламу».
- 3) Изучаем условия размещения, т.е. прайс-лист.
- 4) Будьте внимательны при расчете статического и динамического размещения!!!
- 5) Заполняем таблицу. В примечаниях не забывайте указывать комментарии к вашему варианту размещения.

Название площадки / раздел	Вид рекламы	Количество показов	F	CPT	CTR	Продолжительность РК	Стоимость РК	Примечание
http://www.e1.ru								
http://66.ru								
https://mail.ru								
http://www.uralweb.ru								
http://www.u-mama.ru								
http://vk.com								
https://www.facebook.com								
Свой вариант								

Берем средний CTR = 0,2 для имиджевой РК; CTR = 0,3 для продуктовой.

Рекомендуемые источники информации:

Основные

1. Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие. 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518080>

Дополнительные:

1. Синаторов С.В., Пикулик О.В., Боченина Н.В. Информационные технологии в туризме: Учебное пособие. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. - 336 с.: ил.; 60x90 1/16. - (ПРОФИЛЬ). Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=239422>

2. Чехов А.П. Реклама [Электронный ресурс] / А.П. Чехов. - М.: Инфра-М, 2015. - 2 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518474>

Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму - www.russiatourism.ru
2. Портал про гостиничный бизнес - <http://www.prohotel.ru>
3. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса - www.frontdesk.ru
4. Фундаментальная библиотека Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://www.lib.unn.ru/http://www.lib.unn.ru/>
5. Система электронного обучения Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского <http://e-learning.unn.ru/>

3. КОНТРОЛЬ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Выполнение самостоятельной работы является обязательным условием для допуска к промежуточной аттестации обучающегося.

Для проверки эффективности самостоятельной работы студента необходим ее контроль. К видам контроля относится:

- устный опрос;
- письменные работы.

Устный опрос позволяет оценить знания и кругозор студента, умение логически построить ответ, проявление коммуникативных навыков. Устный опрос ориентирован на оценку знаний. Устный опрос проводится в форме собеседования.

Письменная работа предназначена для проверки выполнения заданий самостоятельной работы, проводится на практических занятиях направлена на оценку сформированных умений.

По итогам устных опросов и проверки письменных работ выставляется оценка по следующей шкале

Таблица. Шкала оценивания знаний и умений, сформированных по итогам выполнения самостоятельной работы

Индикаторы компетенции	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.
Наличие умений	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.
Уровень сформированности и компетенций	Низкий	Ниже среднего	Средний	Высокий

ИСТОЧНИКИ ЛИТЕРАТУРЫ, ПОДЛЕЖАЩИЕ ИЗУЧЕНИЮ

Основные источники:

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Режим доступа : <https://biblio-online.ru/viewer/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33#page/2>

Дополнительные источники:

1. Маркетинг рекламы: Учебное пособие / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. - 2-е изд. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (обложка) ISBN 978-5-91134-956-1, 300 экз. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=460565>
2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. — Режим доступа : <https://biblio-online.ru/viewer/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7#page/1>

Нормативно-правовые документы

1. Закон РФ от 13.06.2006 N 38"О рекламе".
2. Постановление Госстандарта РФ от 26 сентября 2001 г. № 82 «О создании и государственной регистрации Системы добровольной сертификации услуг гостиниц и других средств размещения на категорию»

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Официальный сайт Федерального агентства по туризму - www.russiatourism.ru

Портал про гостиничный бизнес - <http://www.prohotel.ru>
Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса - www.frontdesk.ru
Фундаментальная библиотека Нижегородского Государственного Университета
им. Н.И. Лобачевского <http://www.lib.unn.ru/http://www.lib.unn.ru/>
Система электронного обучения Нижегородского Государственного Университета
им. Н.И. Лобачевского <http://e-learning.unn.ru/>
MSWindows 7
MicrosoftOffice 2007 Профессиональный
KasperskyEndpointSecurity 10 forWindows

Специализированные издания

1. Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы // Режим доступа: https://elibrary.ru/title_about.asp?id=53304
2. Сервис PLUS // Режим доступа: https://elibrary.ru/title_about.asp?id=26228
3. Современные проблемы сервиса и туризма // Режим доступа: <https://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1514654>

Объем часов самостоятельной работы по темам

Наименование разделов и тем	Тематика самостоятельной работы	Распределение бюджета времени на выполнение самостоятельной работы	
		2016 год на базе 9 классов очная форма обучения	2017 год на базе 9 классов очная форма обучения
<i>Раздел 1. Управление рекламной деятельностью</i>		12	12
Тема 1.1 Реклама в индустрии гостеприимства	Заполнение таблицы "Определения рекламы"	2	2
Тема 1.2. Рекламные агентства	Подготовить информацию для рекламного агентства с целью планирования и проведения рекламной кампании.	2	2
Тема 1.3 Регулирование рекламной деятельности	Ознакомиться с содержанием Закона РФ «О рекламе». Письменно подготовить ответ на вопросы	4	4
Тема 1.4 Международная реклама	Подготовка сообщений по теме	4	4
<i>Раздел 2. Управленческие решения в сфере разработки рекламного продукта</i>		10	10
Тема 2.1. Позиционирование гостиничного предприятия	Заполнить таблицу. Подготовить сообщение.	2	2
Тема 2.2. Имидж гостиничного предприятия как средство рекламы.	Презентация по теме.	2	2
Тема 2.3. Планирование и подготовка рекламного сообщения	Задание	2	2
Тема 2.4. Рекламная кампания	Подготовьте и оформите электронную слайдовую презентацию	2	2
Тема 2.5. Медиапланирование	Подготовьте и оформите электронную слайдовую презентацию	2	2
ИТОГО		22	22

Наталья Александровна **Баранова**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»**

Учебно-методическое пособие

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского»
603950, Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23